

(別表 1)

経営発達支援計画

経営発達支援事業の目標

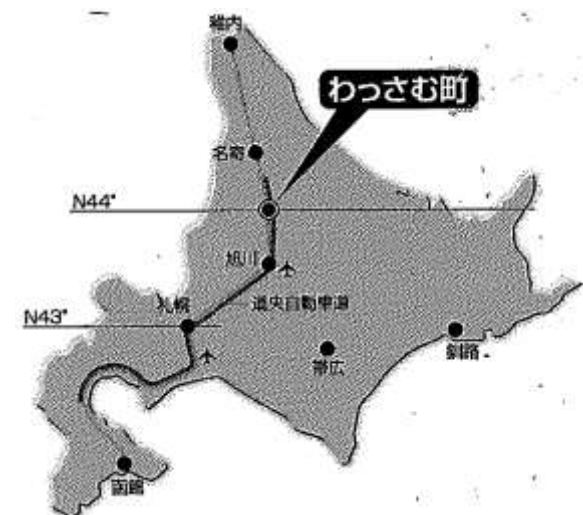
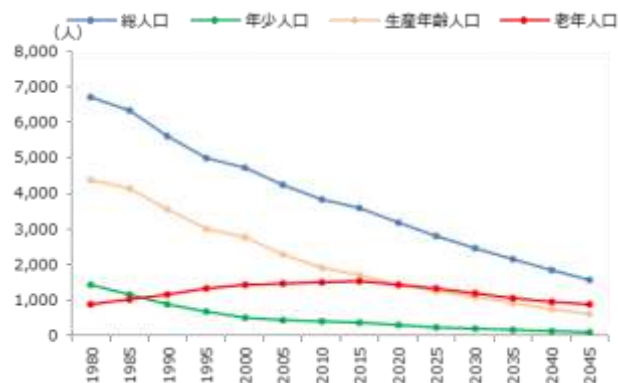
1. 目標

(1) 地域の現状及び課題

① 和寒町の現状

【立地・人口推移】

- ・和寒町は、塩狩峠の麓に広がり、旭川市から北に38kmのところの位置し、面積224.83平方kmを有しています。南は北海道第二の都市である旭川市と接しています。
- ・人口は、昭和31年の11,736人をピークに、令和元年8月末の人口は、3,294人となり、最盛期の約1/4の28%まで減少しています。



資料：RESAS

【和寒町総合計画】

和寒町の総合計画では、テーマを「時代に応じた魅力ある商工業の振興」と定め、和寒町民の生活の場としての活力と中核的コミュニティとしての賑わいを担う中心街・商店街の活性化を図るため、空き地・空き店舗対策及び消費者ニーズに応じた地場産業の開発を推進し、愛される・魅力ある商店街の形成に努めます。新たな時代に対応した商業振興を図り、安定した事業経営の確立と町民利便性の向上を目指してします。

また、企業の経営基盤の強化と労働条件向上のため、融資・利子補給事業や企業振興促進補助事業などによる支援策を進めます。また、地域の特性を生かした起業の促進と企業誘致活動を展開し、そのための人材育成や相談業務により商工業の振興が図られています。

【基幹産業の現状】

・基幹産業である農業は、その昔、殺虫剤に使われている「除虫菊」の栽培が日本一と言われました。現在は、先人が保管方法を新開発した「越冬キャベツ」と「かぼちゃ生産日本一」を誇り、地域特産物として指定されています。

・平成27年度の農業従事者は、大きな変化のない経営耕地面積に比べ平成2年度と比較して4分の1にまでに減少しています。食の安全・安心といった観点から、消費者の食卓を意識した生産体制への転換、地域特性を発揮した活力ある農業、農産加工による付加価値の向上など農家全体の所得確保が必要となっています。

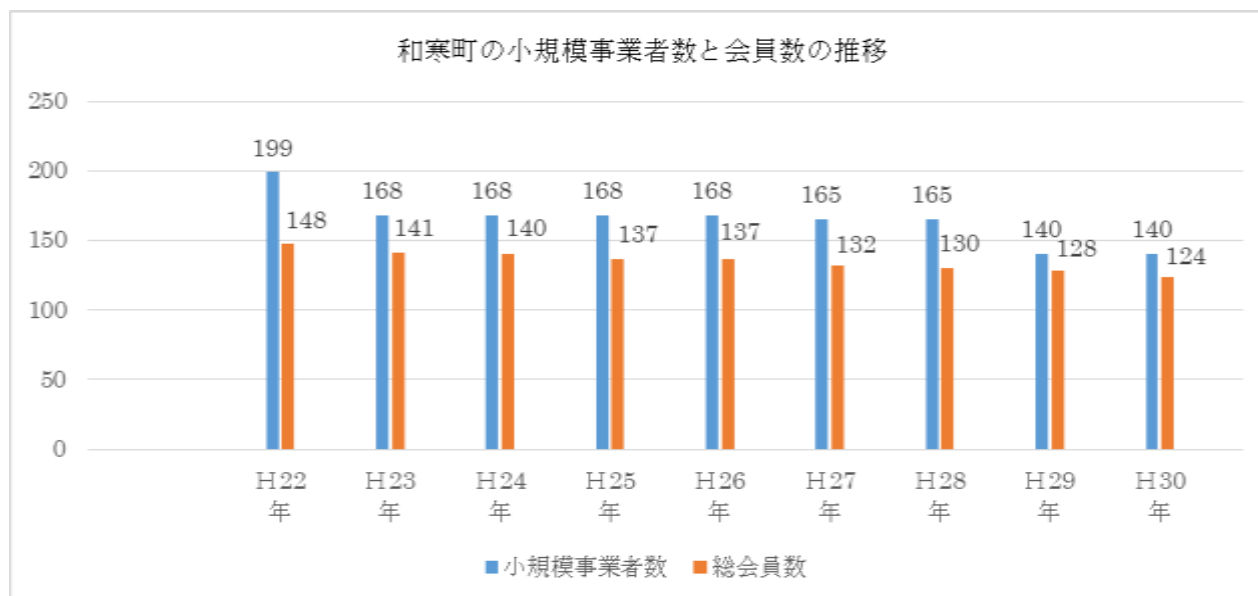
農業従事者数及び経営耕地面積の推移

	総農家戸数(人)	経営耕地面積(ha)		
		総面積	田	畑・樹園他
平成2年	2,374	4,597	2,808	1,789
平成7年	1,943	4,449	2,708	1,741
平成12年	1,636	4,288	2,577	1,711
平成17年	1,191	4,270	2,655	1,615
平成22年	967	4,130	2,507	1,623
平成27年	573	4,101	2,557	1,542

資料：和寒町

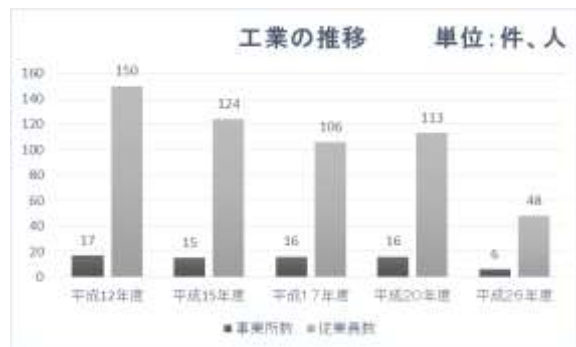
【商工業の現状】

- ・当町の小規模事業者数と会員数の推移は、下図の通り平成22年度と平成30年度で比較すると小規模事業者数は、30%の減少があり、会員数においても16%の減少があります。小規模事業者の廃業による減少に伴い、商工会員数の減少も顕著に表れています。
- ・平成14年度に町の主導で和寒町商業振興店舗近代化促進条例により老朽店舗の改善が促進され、楽しくお買物が出来るよう店舗を改修、あわせて歩道がバリアフリーでカラー舗装されています。
- ・当町の商工業は、地元購買力の減退や消費の町外流出と非常に厳しい状況下におかれています。高齢化が進み中心市街地の居住人口の減少や空き地・空き店舗が増加してきている状況で、商店街も商店の歯抜け状態となりその機能も低下する一方であります。
- ・当町の商工業者数の推移は、商業が平成9年度は84事業所だったが平成19年度では69事業所、平成26年度では、44事業所となり、平成9年度と比較すると約半分に減少しています。工業は、平成12年度は17事業所だったが平成20年度では16事業所となり、平成26年度には、木材関係の工場等が閉鎖により6事業所となり、平成12年度の1/3に減少しています。



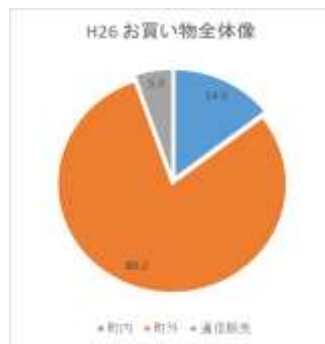


資料：商業統計調査



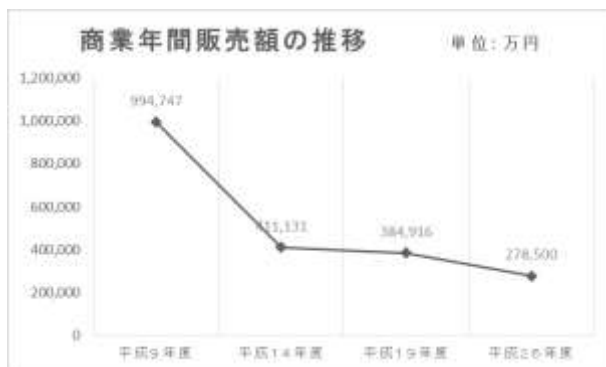
資料：工業統計調査

・当町の平成 15 年度のお買い物動向調査では、町内購買率が 51.6%であったが、平成 23 年度調査では、35.2%になったが、平成 26 年度調査では、42.0%に回復し 6.8%の改善健闘が見られます。しかしながら、お買い物の全体像を見ると平成 16 年度に開業した旭川市の「イオン旭川西店」、平成 24 年度に開業した「ザ・ビッグ士別店」の影響等で 85.5%の町外流失が顕著に現れています。これを踏まえ町外流失防止策として、町の支援によりプレミアム付商品券発行事業に取り組んでいます。



資料：平成 26 年度和寒町商工会
買い物調査

・当町の商業年間販売額の推移は、平成 9 年度は 994,747 万円であったが平成 19 年度では約 3 分の 1 の 384,916 万円まで減少し、更に平成 26 年度では、25%減少の 278,500 万円になっています。工業製造品出荷額の推移は、平成 12 年度は 218,771 万円であったが平成 20 年度では、1 事業所の減少にもかかわらず約半分の 118,713 万円に減少し、平成 26 年度においては、事業所減にも関わらず出荷額は、保持しています。



資料：商業統計調査



資料：工業統計調査

【観光の現状】

・当町の観光の現状は、塩狩峠には一目千本桜や作家三浦綾子さんの旧宅を復元した塩狩峠記念館があり、南丘森林公園エリアや三笠山自然公園エリアは、観光地として整備されており町内外から家族連れに利用されています。また、「どんとこい!わっさむ夏まつり」などイベントの開催により多くの集客が図られています。

観光入り国客数（単位：人）

	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
塩狩峠記念館	3,319	3,368	2,901	2,910	2,997	3,065	3,203	2,849	2,805
こどもの国	12,474	9,868	11,989	12,111	12,740	13,435	11,628	11,609	10,954
三笠山自然公園	272	353	151	276	267	117	195	171	178
南丘森林公園	6,012	7,051	6,404	5,545	4,978	5,091	5,369	4,102	3,755
イベント各種	21,647	19,382	9,378	10,660	9,592	11,223	14,810	14,413	11,845

※イベント各種の内、平成23年度をもって全日本モトクロス大会が終了したので、激減しています。

資料：和寒町

②和寒町の小規模事業者に対する課題

平成14年度、商店街に疲労感が漂う中実施された「和寒町商店街店舗近代化促進事業」は、多くの店舗が新築・増改築を進める結果となり、商店街まちづくり協定による「塩狩峠」をイメージしたデザインや色で統一された商店街は明るさを取り戻し、商店街を縦貫する大通りは拡幅と歩道のバリアフリーが施され、商店街の景観が大きく改善されましたが、近年の高速道路網の整備や大型店の進出による消費の流出が急速に進み、商店街の衰退が顕著となっており、加えて超高齢社会を迎えた今、高齢者（認知症者なども）が安心して暮らせるシステムを組立てるなど地域の現状を十分咀嚼した中で消費者から「必要とされる・期待される」商店街を構築することが求められています。

さらに、上記の現状に記載のとおり、小規模事業者の高齢化、後継者不足も今後ますます深刻になることから、事業承継や創業、第2創業への取り組みが課題となっています。

特に空き地、空き店舗が増える中、地域住民の満足度が低下していることから、これらの取り組みによって、消費者から「必要とされる・期待される商店街づくり」を目指し、魅力ある商店街にしていこうとすることで、地域住民の満足度を向上させていく必要があります。また、「越冬キャベツ」、「かぼちゃ」、「南丘森林公園」、「塩狩峠」など地域資源・地域特性を活用した創業・起業として、地元小規模事業者が一丸となり特産品の開発、広域的PR及び地域ブランド化など地域経済活性化が必要と感じていますが、業績の不振や事業主の高齢化、後継者難からくる経営不安は小規模事業者のやる気や意欲を削いでおり、加えて厳しい地域経済の状況下に合って、潤沢な設備資金の調達に不安を抱えるなど、地域の有効な資源を積極的に活用する動きに繋がっていない状況です。

令和元年8月に実施した会員対象の企業動向調査では、経営者が考える経営上の問題点の1位が売上、受注の停滞・不振、2位が①求人・人材難、②原材料高（仕入れ）、③諸経費の増加が上位に浮上してきました。

会員企業のほとんどが小規模事業者であるため、地域の小規模事業者は同様の課題を抱えていると推察できます。

上記のことから、人材の確保に向けて、それぞれの小規模事業者を魅力ある企業にするため、売上向上や利益確保による経営体質の強化を支援し、また、商店街の満足度の向上を図るため、不足業種等を出さないように事業承継や創業を支援する必要があります。

更に、年々縮小する地域経済にあって、いかに地域資源を循環させ、新たな需要を掘り起こすことができるか、本町の基幹作物である「かぼちゃ」など地域資源を活用した6次産業化や農商工連携の取り組みによって小規模事業者が新商品や新メニューを開発し、新たな需要開拓を図ることが喫緊の課題となっています。

(2)小規模事業者に対する長期的な振興の在り方

①10年程度の期間を見据えて

和寒町商工会の長期的な振興の在り方として、消費者・小規模事業者双方から「必要とされる・期待される

商店街づくり」の構築を目指して、町の現状や小規模事業者の抱える課題を解決するため、(1)「商店街のお買い物環境の再構築」など店街活性化の取組としての売上向上支援、(2) 消費者から「必要とされる・期待される」小規模事業者集団の商店街の構築としての地域経済活性化、(3) 地域資源を活用した特産品の開発と販路拡大・販売促進を含めた一連の特産品開発のこれら3つの取組を行うことで、小規模事業者の持続的発展と地域経済の活性化を目指すこととし、10年後を見据えて「小規模事業者が地域住民の期待に応えて、必要とされる商店街の魅力を創出する」ことを小規模事業者の長期的な振興のあり方と定めて、下記(3)のとおり、本事業の目標を設定します。

②和寒町総合計画との連動制・整合性

和寒町の町づくりの指針となる第5次和寒町総合計画に掲げられたⅢ基本計画第3章の「活気あふれる元気なまちづくり」及び第5章の「ぬくもりで支えあう 思いやりのあるまちづくり」を基軸に小規模事業者及び農業者や消費者が地区内で豊かに生活ができるよう、また高齢者（認知症者なども）が安心してお買い物をし、街中で楽しい一時を過ごせるよう「商店街のお買い物環境の再構築」など店街活性化事業などを行政と共に連携を強めて進めていきます。

③商工会としての役割

これまで、地域に密着した唯一の総合経済団体として、事業者の経営改善と地域社会の発展を両輪に、下記①～③の各種事業展開を進めています。和寒町をはじめ関係団体との協力体制を整え連携を強めて事業推進していくことが商工会の役割と位置付けております。

(3)経営発達支援事業の目標

①販売機会の増加及び買い物弱者が自ら商店街に足を運べる仕組み作りで2事業者の利益1%以上の向上を図ります。

売上向上支援（2件/年の小売・製造の小規模事業者に利益率1%以上の向上を目指す。）

②空き地・空き店舗対策で賑わいのある「ふれあいの場」創出により2事業者が新規創業及び事業承継がスムーズに事業展開出来るよう経営支援をします。

地域経済活性化活用支援（2件/年の小規模事業者の創業・事業承継を目指します。）

③和寒ブランドとしての加工品の開発力と販売力を高める事により、2事業者の売上1%増を図ります。

特産品開発支援（2件/年の小売・製造小規模事業者の売上1%増を目指します。）

(4)目標の達成に向けた方針

①売上向上支援

内部環境の分析結果を踏まえて、現在実施している各イベント事業・商談会への出店等を通して小規模事業者の販売機会を確保し、自社の強みを発揮した販売力に磨きをかけ、売上向上につなげるとともに、買い物弱者対策として取組む支援事業をととして一層の域内連携や域外連携に取組み、それぞれが持っている「特性・資源」を発揮した販売事業を展開することで、個店の売上アップを実施します。

【具体策】

①各イベント、商談会等への参加を積極的に促し販売機会の増加と得られる利益率の向上を図ります。

②買い物弱者が自ら買物を楽しみ商店街に足を運べる「“楽しくお買い物” 楽・楽タクシー」（商工会が士別ハイヤーと業務提携）の仕組み作りで町内購買率の向上を図ります。

②地域経済活性化活用支援

外部環境の分析結果を踏まえて、時代に応じた魅力ある商工業、特に小規模事業者である商店の振興を図り、生活者の活力とコミュニティとしての賑わいを担う商店街に元気を取り戻し、地域資源活用による企業創出、空き地・空き店舗対策及び時代や消費者ニーズに応じた地場産業の開発などを通じて、愛される・魅力ある商

店街の形成を進めることとし、その結果として個店の新規顧客獲得及び販売戦略のアドバイス推進を実施します。

【具体策】

①「活気あふれる元気なまちづくり」、「ぬくもりで支えあう 思いやりのあるまちづくり」を視野に入れた空き地・空き店舗活用計画を策定すると共に具体的な事業展開により賑わいのある「ふれあいの場」の創造により対流人口の増加を目指します。

②小規模事業者が地域密着型の事業活動や賑わいのある「ふれあいの場」の創出に取組めるよう個々のやる気とチャレンジ精神を醸成できるセミナーの開催ときめ細かな事業計画策定の個別指導を行い、また新規創業及び事業承継がスムーズに事業展開出来るよう経営支援をします。

③特産品開発支援

食の安全・安心など消費者ニーズに応じた地場特産品の開発や地産地消による食の循環は6次産業化を推進し小規模事業者にとっても大きなビジネスチャンスであり、地域資源を活用した特産品は和寒ブランド確立のチャンスである。このことから市場で評価の高い「かぼちゃ」の付加価値を高めるよう支援に努めるとともに、越冬キャベツなど地域特産品及び自然の地域資源を活用した製品の開発・販路拡大等積極的な支援推進を実施します。

【具体策】

①和寒ブランドとしての加工品の開発力と販売力を高めるようコンサルティングに努め、町外への販売量増高及び商標登録等支援を図ります。

②創業や起業に備え、事業計画の目的に沿った補助・助成制度の活用や円滑な資金調達のため有利な融資制度の活用を支援します。

経営発達支援事業の内容及び実施期間

(1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

(2) 経営発達支援事業の内容

I. 経営発達支援事業の内容

2. 地域の経済動向調査に関すること

(1) 現状と課題

これまでも外部のデータを小規模事業者にも目細かな情報提供をしてきたが、小規模事業者自らその情報を経営分析に利用するなどの有効活用に至っていません。

また、内部の経済動向調査として企業動向調査を行い、それを基に専門家と連携し、経営分析の基礎的数値として活用を図ります。

(2) 事業内容

①国が提供するビッグデータの活用

当地域において地域資源・地域特性等を活用して活発に営業活動を行う小規模事業者に対して、ビッグデータであるRESASのデータの活用方法について説明強化し、専門家と連携し下記の通り質の高い情報を整理して提供します。

【分析手法】

※RESAS・・・産業マップ、人口ピラミッドを活用し、地域産業の強みを把握し分析します。

人口流動、地域間流動を活用し、周辺地域とのつながりを人口の面から分析します。

産業特性(産業別)を活用し、規模、稼ぐ力、効率性の観点から分析します。

②内部の経済動向調査(企業動向調査)

町内小規模事業者の実感している景況感や経営課題、地域としてのマクロ的課題を把握し、経営分析や事業計画策定の基礎資料として活用します。その調査結果は、専門家と連携しそのデータを整理し、5年周期で調査し、その分析をします。

【調査対象】会員123企業に配布して調査します。

【調査項目】生産高・売上高、利益、雇用人員、資金繰り、設備投資、後継者、事業承継、営業上の問題点、中心市街地、補助金活用などについて会員の情報をアンケート調査します。

【調査手法】調査票を商工会たよりと一緒に配布して、巡回等により回収します。

【分析手法】経営指導員等が外部専門家と連携し分析を行います。

(3) 成果の活用

○地域経済分析の情報収集・企業動向調査の結果は、専門家と連携して分析し、そのデータは、「商工会たより、HP」で公表して小規模事業者へ情報を提供していきます。

○今まで情報の提供だけであった地域経済動向調査及び企業動向調査の分析結果を活用して、地域資源・地域特性等を活用して活発に営業活動を行う小規模事業者の課題の抽出を行います。あわせて経営指導員が小規模事業者への巡回訪問などの機会に情報提供し、経営相談・事業計画策定に活用します。

(4) 目標

経営発達支援事業を含む経営改善指導業務全般の効果的・効率的な運営に資するため地域の経済動向調査を行い、小規模事業者へ経営改善に向けた質の高い情報と事業計画策定の基礎資料として提案できることを目標とします。

支援内容	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①の公表回数	1	1	1	1	1	1
②の公表回数	1	1	1	1	1	1

3. 経営状況の分析に関すること

(1) 現状と課題

平成 27 年度から 14 件の小規模事業者に対して経営分析を実施してきました。経営分析の作業過程において数値だけでなく、見た目でもわかるような図表にして伝える機会が少ないことが課題です。この課題を解決するため、分析結果を見やすい図表にして巡回指導時に分かり易く説明すると共に事業計画作成を積極的に提案します。

(2) 事業内容

① 経営分析

今までは、単なる情報の提供でした。今後は、専門家を招聘して積極的に営業活動を行う小規模事業者事業に対して経営分析セミナーを開催します。

【セミナー名】 経営分析セミナー

【募集方法】 商工会たより、HP で周知

【開催回数】 年 1 回

【参加者数】 小規模事業者 20 名程度

② 経営分析の内容

【対象者】 経営分析セミナー受講者から積極的に営業活動を行う小規模事業者。

【分析項目】 定量分析としての財務分析、定性分析としての SWOT 分析の両方を実施する。

〈財務分析〉売上持続性、利益性、生産性、健全性、効率性、安全性を分析

〈商流・業務フローの把握〉業務フローについては、実施内容と差別化ポイントを把握し、商流は、取引先と取引理由を整理し、どのような流れで顧客提案価値が生み出されているかを把握します。

〈4 つの視点〉 ①経営者の経営理念他、②事業の強み他、③企業を取り巻く環境・関係者、④内部管理体制の視点から総括として、現状認識と将来目標を明らかにし、課題と対応策を明らかにします。

〈SWOT 分析〉強み、弱み、脅威、機会等

【分析手法】 経済産業省の「ローカルベンチマーク」、中小機構の「経営計画つくるくん」等のソフトを活用し、専門家と連携を図りながら経営指導員等が分析を行う。

(3) 成果の活用

○ 経営分析セミナー受講を対象に上記結果をもとに専門家と連携して経営課題を抽出します。

○ 分析結果は、当該事業者フィードバックし、事業計画の作成等に活用します。

○ 分析結果は、今までの口頭、文章の情報伝達のみではなく、目で見ても理解しやすい図表等を使用して、小規模事業者の経営改善に結びつけ、経営の持続的発展に活用します。

(4) 目標

上記の事業内容を効率的・効果的に進めるため、以下の通り目標を設定します。

支援内容	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
セミナー開催回数	3	1	1	1	1	1
経営分析件数	14	20	20	20	20	20

4. 事業計画策定支援に関すること

(1) 現状と課題

平成 27 年度より事業計画を策定した小規模事業者は、14 件に留まっています。各分析結果の情報提供はもとよ

り、事業計画を策定し、売上向上及び利益確保により持続的発展を積極的に支援します。

また創業者、第二創業、事業承継の抱えている課題の情報は、積極的に情報収集を行い、創業希望者の創業・第二創業計画及び小規模事業者の事業承継計画の策定をサポートします。

(2) 支援に対する考え方

小規模事業者に対し、事業計画策定の意義や重要性を言葉だけで漠然と述べても、実質的な行動や意識変化を促せる訳ではないため、3. 経営状況の分析を行った事業者の事業計画策定がスムーズに策定できるよう「事業計画策定セミナー」を開催します。

また地域資源の農産食材等を活用した商品開発などによる創業希望者の創業塾の支援を行います。

平成 27 年度から 14 件の小規模事業者に対して事業計画策定を実施してきました。事業承継の課題を抱えている人や新たな事業展開を計画している小規模事業者を対象にやる気アップセミナー開催で事業継続計画策定の支援をします。

(3) 事業内容

① セミナー等の開催

① 事業計画策定セミナー

事業計画策定セミナー及び将来的には、関連する販売戦略セミナー、売上向上、販路開拓等個別相談会の開催により、事業計画策定を目指す小規模事業者のサポートを行います。

【セミナー名】 事業計画策定セミナー

【募集方法】 経営分析を終了した小規模事業者

【開催回数】 年 1 回

【カリキュラム】 ・ビジョンの明確化、・戦略の方向性の立て方、・マーケティング戦略の立て方、
・数値計画の策定など

【参加者数】 10 名程度（経営分析策定者他）

② 創業塾の開催

創業塾（全 3 回開講）を開催し、その募集に当たっては、地域資源・地域特性を活用するなど社会課題を解決するコミュニティビジネスの創業者を発掘するため地域おこし協力隊、役場・自衛隊などの定年退職者をターゲットに情報を提供すると共に、商工会会報に掲載、募集チラシの新聞折り込み、当会 HP に掲載などの周知徹底を図り、多くの参加者を募ります。

【セミナー名】 創業塾

【募集方法】 商工会たより、HP 及び新聞折り込みにて募集を周知します。

【開催回数】 年 3 回

【カリキュラム】 ・創業の基本的な心構え、・経営を取り巻く環境、・経営・創業基本用語の解説、
・金融機関の信用確保、・事業計画の立て方など

※創業に必要な知識・・・創業塾では、RESAS の自治体比較マップの使い方や創業希望者の知識向上を図ります。創業者の財務上の壁となりうる資金面では、日本政策金融公庫の指導を頂きながら有利な国の融資制度を活用できるよう計画づくりをして、創業計画の策定支援を行うことにより、創業の開業への道筋を支援します。

【参加者数】 10 名程度（創業を予定しているまたは、創業に興味のある人）

③ やる気アップセミナー開催（第二創業の支援）（事業承継）

第二創業（経営革新）に関しては、今までは、小規模事業者から相談があつてから相談指導に当たっていましたが、第二創業（経営革新）計画の策定を専門家と共にアドバイスを行い、伴走型の支援をします。また、必要に応じてミラサポ・よろず拠点など活用した個別相談会を開催します。

【セミナー名】 やる気アップセミナー

【募集方法】 経営分析を終了した小規模事業者周知します。

【開催回数】 年 1 回

【カリキュラム】・近江商人10訓の復習・経営を取り巻く環境・経営・経理基本用語の解説、
・事業承継に必要な事前準備・コーチング導入方法など

※第二創業に必要な知識・・・既存の考え方に捕らわれず、商売の基本を守りながら新しい発想をもって笑いながら商いとしての事業展開が出来るよう支援する。

【参加者数】 10名程度（事業計画策定セミナーを受講した人、事業計画策定後または第二創業を考えている小規模事業者）

②事業計画等の策定

①事業計画策定の支援

【支援対象】 事業計画策定セミナー受講者を対象に支援します。

【手段・手法】 事業計画策定セミナーの受講者に対して、経営指導員等が担当制で対応して、外部専門家を交えて確実に事業計画の策定に繋がっていきます。

②創業計画策定の支援

【支援対象】 創業塾を受講した者を対象に支援します。

【手段・手法】 創業塾の受講者に対して、経営指導員等が担当制で対応して、外部専門家を交えて確実に創業計画の策定に繋がっていきます。

③第二創業事業計画策定の支援

【支援対象】 経営分析を行いやる気アップセミナーを受講した者を対象に支援します。

【手段・手法】 やる気アップセミナーの受講者に対して、経営指導員等が担当制で対応して、外部専門家を交えて確実に第二創業に向けた事業計画、事業承継計画の策定に繋がっていきます。

[小規模事業者との協同作業]

1. 地域の経済動向調査で得た業界環境の変化と顧客ニーズの見通しを自社のチャンスと脅威の把握及び 3. 経営状況の分析で得た自社の強みと弱みを事業計画の書面に落とし込む作業をします。

(4) 目標

上記の事業内容を効率的・効果的に進めるため、以下の通り目標を設定します。

支援内容	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①セミナー・説明会開催回数	3	1	1	1	1	1
①事業計画策定事業者数	14	16	16	16	16	16
②創業塾開催回数	3	3	3	3	3	3
②創業計画策定件数	2	1	1	1	1	1
③やる気アップセミナー開催回数	1	1	1	1	1	1
③第二創業（経営革新・事業承継）事業計画策定件数	2	1	1	1	1	1
③事業承継計画策定件数	2	2	2	2	2	2

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること

(1) 現状と課題

現状の課題は、今までは、情報提供の定期的な巡回指導に留まっていたが、事業計画策定後は、事業計画を策定したすべての事業者を対象に3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うと共に必要な指導・助言を行います。新規創業者に対しては、最初の1年間は、2か月に1度の巡回訪問をして、売上等事業計画の進捗状況を確認し、着実な経営が行えるよう支援します。

※経営発達支援計画認定後は、日本政策金融公庫が実施する小規模事業者経営発達支援融資制度の活用を提案します。

小規模事業者が経営課題を解決するため、上記4. で作成した事業計画の目標達成のために、事業進捗状況を

見ながらPDCAにより事業計画の見直し、進捗状況がおもわしくない場合は、専門家に相談して支援します。また事業計画遂行のために各種補助金の活用を提案します。事業計画実施のための資金不足は、和寒町（企業振興促進条例補助金）、北星信用金庫（和寒町中小企業補償融資、和寒町商工業活性化融資）、日本政策金融公庫（マル経融資、普通融資）等とも連携し、伴走型の指導・助言を行い、フォローアップを図ります。地域における新規創業者及び第二創業者を支援するため、和寒町（商工業新規就業対策事業補助金）、北星信用金庫（道制度融資の斡旋）、日本政策金融公庫（新創業融資制度、新規開業資金）等と連携して支援を行います。創業後も巡回指導によるフォローアップにより、伴走型の支援を実施します。

(2) 事業内容

①事業計画策定後のフォローアップ

【支援に対する考え方】

事業計画策定後に、事業計画を策定したすべての事業者を対象に3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、国、北海道、和寒町、中小企業支援総合センターの行う支援策等を周知し、必要な指導・助言を行います。

【支援内容・頻度】 3ヶ月に1回

【手段・手法】 経営指導員他が巡回指導時に進捗状況を確認します。

【計画と進捗状況とがずれている場合の対処方法】

事業計画の進捗状況がおもわしくないまたは、ズレが生じている場合は、専門家と共にズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、小規模事業者を支援します。

②創業計画策定後のフォローアップ

【支援に対する考え方】

今まで創業後の創業者へのフォローアップは、巡回指導の時に現状を聞く程度であったが、今後は、創業者に寄り添いながら専門家と連携して、創業計画の販売計画、仕入管理、損益分岐点の活用及び税務相談など重点的にアドバイスを行いサポートします。

創業計画は、概算見込み計画となっているため2ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、国、北海道、和寒町、中小企業支援総合センターの行う支援策等を周知し、必要な指導・助言を行います。

【支援内容・頻度】 2ヶ月に1回

【手段・手法】 経営指導員他が巡回指導時に進捗状況を確認します。

【計画と進捗状況とがずれている場合の対処方法】

創業計画の進捗状況がおもわしくないまたは、ズレが生じている場合は、専門家と共にズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、小規模事業者を支援します。

③第二創業事業計画策定後のフォローアップ（事業承継）

【支援に対する考え方】

事業計画策定後に、3ヶ月に1度巡回訪問し、進捗状況の確認を行うとともに、国、北海道、和寒町、中小企業支援総合センターの行う支援策等の広報、案内により周知し、必要な指導・助言を行います。

【支援内容・頻度】 3ヶ月に1回

【手段・手法】 経営指導員他が巡回指導時に進捗状況を確認します。

【計画と進捗状況とがずれている場合の対処方法】

事業計画の進捗状況がおもわしくないまたは、ズレが生じている場合は、専門家と共にズレの発生要因及び今後の対応方策を検討の上、小規模事業者を支援します。

[小規模事業者との協同作業]

事業計画を策定することで、普段見えていなかった課題が可視化し、進捗状況も判断しやすくなっているため、PDCAの作業をして着実な事業計画に修正して行きます。

(3) 目標

上記の事業内容を効率的・効果的に進めるため、以下の通り目標を設定します。

支援内容	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①事業計画策定後のフォローアップ対象事業者数	14	16	16	16	16	16
頻度(延回数)	80	64	64	64	64	64
②創業計画策定後のフォローアップ対象事業者数	2	1	1	1	1	1
頻度(延回数)	12	6	6	6	6	6
③第二創業事業計画策定後のフォローアップ(事業承継)対象事業者数	2	3	3	3	3	3
頻度(延回数)	8	12	12	12	12	12
売上増加事業者数	-	2	2	2	2	2
利益率1%以上増加の事業者数	-	2	2	2	2	2

6. 需要動向調査に関すること

(1) 現状と課題

現状の課題は、今までは、小規模事業者に単なる情報の提供で、分析結果をビジュアル的に伝える機会が少ないことです。この課題を解決するため、分析結果を見やすい図表を使用して巡回指導時に分かり易く説明し事業計画策定に活用します。

地区内のお買い物動向調査を分析することにより、通常商品と特産品の消費者ニーズの動向を把握し、巡回指導の時に対象事業所へ提供し、特産品の開発・改良に活用します。

専門的な課題等については、専門家と連携してより丁寧にサポートします。

(2) 事業内容

①町内特産品の評価及びお買い物動向調査の実施

町内の商品需要動向について、今までは、町内お買物動向調査により収集、分析した結果を文章による情報の提供であったが、今後は、町内特産品の評価とお買い物動向調査をして、町内特産品の消費者による評価などを分析して、特産品の開発・改良、売上増、利益向上を図るため事業計画策定に活用します。

※支援対象となる特産品の取り扱い事業者

- ・かぼちゃのお菓子等・・・(有)フタバ屋菓子舗、(株)わっさむファクトリー、(株)和寒シーズ、
- ・かぼちゃを活用したTシャツ等・・・アトリエUuM、わっさむ. c o m
- ・鹿の角を活用したジュエリースタンド・・・昭和木匠工芸
- ・トマトジュース・・・(有)共同フラワー、(株)わっさむファクトリー

【調査対象者】 町内地域指定で100名を抽出して調査します。

【調査項目】 ①特産品について地域住民の意見・評価を調査、②商品別の買物場所、店舗形態、買物理由、③町内での買い物、通信販売やインターネットでの買物をアンケート方式で実施します。

【調査手法】 調査票を郵送し返信封筒で回収します。

【分析手法】 経営指導員が外部専門家と連携して分析を行います。

【アンケート内容】 ①あなたの町の特産品(商品名)は、何ですか、②そのお土産品は、お友達にすすめる事が出来ますか、③すすめる理由、④すすめられない理由、⑤A. 特産品の味(品質)について、B. 見た目(パッケージ)について、C. 価格について、D. サイズについて⑥商品別の買物場所、⑦店舗形態、⑧買物理由、⑨通信販やインターネット

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員が巡回指導時に対象小規模事業者へ商品の改善・改良点等の情報を提供し、特産品開発・改良支援活動に役立てます。

②展示商談会等参加時でのアンケート調査の実施

札幌市(ビジネス EXPO)、東京都(メディアミーティング、デリカテッセントレード)、旭川市(北の恵食ベマルシェ)の展示商談会・即売会会場にてアンケート調査を実施します。

【調査対象者】 各来場者の 50 名程度に調査します。

【調査項目】 ①味、②大きさ、③価格、④パッケージ、⑤商品名の妥当性

【調査手法】 展示ブース前にて A4 版の記入式で調査します。

【分析手法】 経営指導員が外部専門家と連携して分析を行います。

【分析結果の活用】 分析結果は、経営指導員が巡回指導時に対象小規模事業者へ商品の改善・改良点等の情報を提供し、商品開発・改良支援活動に役立てます。

(3) 目標

上記の事業内容を効率的・効果的に進めるため、以下の通り目標を設定します。

支援内容	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①調査対象事業者数	4	6	6	6	6	6
②調査対象事業者数	4	6	6	6	6	6

7. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

(1) 現状と課題

現状の課題は、これまでも展示商談会等に参加してきましたが、展示商談会の事前・事後のフォローが不十分であったため、改善したうえで実施します。また、展示商談会場にて「和寒ブランド」の情報提供の不足により知名度がないとの指摘を受けています。

(2) 事業内容

①特産品開発支援事業

和寒ブランドの確立事業・・・和寒ブランドのメディアに対する販売促進活動

札幌市(ビジネス EXPO)、東京(メディアミーティング、デリカテッセントレード)等で開催される即売会・展示商談会・情報発信に積極的に参加します。参加条件として事業計画を策定し、自ら販売促進活動を実施する小規模事業者を対象に専門家を交えてサポートします。

この事業を通して、札幌市民、関東圏に及び駅通過者の人々に対して、特産品(わっさむべポナッツ、ペポオイル、ペポクッキー、ご当地 T シャツなど)の PR と市場調査及び今後のセット商品の消費者ニーズについて情報収集を行い、商品改良と販売拡大及び新商品開発を目指します。

今までに得たバイヤーや流通業者などに直接事前に関談会のご招待状を発送し、商談会会場に足を運んでくれるよう新規出展業者の情報提供及び商品の情報を提供し、販路拡大を積極的に展開出来るよう支援を図ります。

①【展示会名】 ビジネス EXPO(札幌市)・・・BtoB&C

【概要】 「ビジネス EXPO(ビジネスエキスポ)」(北海道技術・ビジネス交流会)

1987 年の第 1 回開催以来、道内のみならず全国に北海道の強みと可能性について情報発信しています。今年の開催テーマを「アイディアを創造し、未来へ発信する。」とし、一人ひとりが更なる探求心を呼び起こし、「創造」力を磨き上げ、受け身ではなく自らを積極的に「発信」して販売促進に繋げることを目的としています。

【来場者数】 20,000 人

【支援対象】 事業計画策定した小規模事業者

【支援に対する考え方】 新たな需要開拓を目指し、特産品を積極的に情報提供する活動を支援します。

【出展者数】 3 事業所

【事前支援】 展示する商品の選定及び展示方法・商談方法・アンケート作成の支援をします。

【会期中の支援】 アンケート協力の呼びかけ・バイヤーとの交渉時に注意を促し支援します。

【事後支援】 名刺交換者への商談成立に向けた行動とアンケート結果の商品に対するブラッシュアップなど支援します。

㊤【展示会名】 メディアミーティング・・・BtoB

【概要】 ★メディアミーティング(北海道ブロック記者発表会)

東京都 TKP 赤坂駅カンファレンスセンターにて食と観光の振興を図るため、観光事業団体と連携して特産品のPR、売込みを実施し、個店の売上向上や商店街の活性化に繋げていくことを目的として、首都圏のメディア、バイヤーを対象にした発表会です。

【来場者数】 100 人

【支援対象】 事業計画策定した小規模事業者

【支援に対する考え方】 新たな需要開拓を目指し、特産品を積極的に情報提供する活動を支援します。

【出展者数】 4 事業所

【事前支援】 展示する商品の選定及び展示方法・商談方法・アンケート作成の支援をします。

【会期中の支援】 アンケート協力の呼びかけ・バイヤーとの交渉時に注意を促し支援します。

【事後支援】 名刺交換者への商談成立に向けた行動とアンケート結果の商品に対するブラッシュアップなど支援します。

㊤【展示会名】 デリカテッセン・トレードショー BtoB

【概要】 デリカテッセン・トレードショー

FOOD TABLE in JAPAN 2019 は、デリカテッセン・トレードショー、第53回スーパーマーケットトレードショー、第14回こだわり食品フェア2019、外食FOOD TABLE2019の4展示会を合同開催するものであります。フードビジネスの起点!小売・中食・外食業界の垣根を越えた商談展示会です。デリカテッセン・トレードショーでは、近年、ますます需要が上がっている「中食」という分野に特化することで展示会を、商品レベルの向上、スタッフのやる気向上などを目的とし、業種を問わず中食等の食品・食材、設備機器、包材資材、衛生管理、情報等、各業界のさらなる発展を実現できるよう実施しています。

【来場者数】 90,000 人

【支援対象】 事業計画策定した小規模事業者

【支援に対する考え方】 新たな需要開拓を目指し、特産品を積極的に情報提供する活動を支援します。

【出展者数】 3 事業所

【事前支援】 展示する商品の選定及び展示方法・商談方法・アンケート作成の支援をします。

【会期中の支援】 アンケート協力の呼びかけ・バイヤーとの交渉時に注意を促し支援します。

【事後支援】 名刺交換者への商談成立に向けた行動とアンケート結果の商品に対するブラッシュアップなど支援します。

②道北地域による販路拡大事業

旭川市において開催される北の恵食べマルシェに向けて、和寒町と連携して小規模事業者に対して出展支援を行い、和寒町の地域資源特産品の販路開拓と認知度の向上を図り、和寒町への来町の機会を図ります。

北の恵食べマルシェでは、町内小規模事業者3社が出店参加して、売上向上を図っています。各会場で得た消費者ニーズや商品のマーケット状況についての情報収集、独自のアンケート調査を実施していますが、活用が不十分です。今後は、その情報を商品開発（商品改良を含む）に反映させます。

【販売促進会名】 北の恵食べマルシェ・・・BtoC

【概要】 「北の恵み 食べマルシェ」は、1890年に旭川・神居・永山の3村が置かれてから120年目を迎えた2010年に、これを記念するために行われたのが始まりです。

2011年から毎年9月の敬老の日を含む土曜・日曜・祝日に開催し、今年は10回目を迎

えます。多くの方々にお楽しみいただき、北北海道を代表するグルメイベントとして定着してきたところです。

開催地である旭川市をはじめ、北北海道地域の各自治体や旭川市の交流都市などからの地域自慢の「食」が、JR旭川駅から市民の憩いの場である「常磐公園」、そしてその間をつなぐ日本初の恒久的歩行者天国である「平和通買物公園」と「七条緑道」で一堂に会します。

地域の食が持っているさまざまな魅力の再発見や、新しい食との出会い、そして生産者の方々へ想いを馳せていただくきっかけの場とするとともに、多彩で豊かな食の供給基地である北北海道の特色を全国に向けて広く発信していくことを目的としています。

【来場者数】 100 万人

【支援対象】 事業計画策定した小規模事業者

【支援に対する考え方】 新たな需要開拓を目指し、商品の積極的に情報提供する活動を支援します。

【出展者数】 3 事業所

【事前支援】 販売方法・商品陳列方法・販売POP作成・アンケート作成の支援をします。

【会期中の支援】 消費者への声掛け、アンケート協力の呼びかけを支援します。

【事後支援】 アンケート結果の商品に対するブラッシュアップなど支援します。

〔小規模事業者との協同作業〕

各種イベント、商談会、展示会でバイヤーや消費者の生の声を収集し、商品開発・改良へのブラッシュアップ、販路拡大を確実なものにします。

(3) 目標

上記の事業内容を効率的・効果的に進めるため、以下の通り目標を設定します。

支援内容	現行	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
①特産品開発支援事業参加事業者数	3	3	3	3	3	3
①成約件数/社	2	1	1	1	1	1
②道北地域による販路拡大事業出展事業者数	3	3	3	3	3	3
②売上額/社	100 万円	100 万円	100 万円	100 万円	100 万円	100 万円

II. 地域経済の活性化に資する取り組み

8. 地域経済の活性化に資する取組に関すること

(1) 現状と課題

商店街の衰退が顕著となっている今、改めて小規模事業者個々の力の結集が強く求められており、加えて超高齢化社会を迎えた今、地域の現状を十分理解した小規模事業者の力が必要とされています。「必要とされる・期待される」商店街・小規模事業者による地域の活性化が求められていることから、手始めとして商店街に点在する空き地・空き店舗の活用を図るため「空き地・空き店舗活用方法計画」の策定を進めます。

急速なインターネットの普及やコンビニエンスストア等の進出は消費者の選択範囲を地理的・時間的に飛躍的に拡大させ、一層需要の確保が難しい状況下になっています。

また、高齢者世帯・独居老人世帯が増加する中、いかに買い物弱者といわれる消費者を商店街に誘導し、訪れた商店街に少しでも長く留まり「ふれ愛」を深めていただく場を提供することが課題となっており、小規模事業者も店舗から飛び出し、対面販売により消費者との距離を縮めていくことが信頼を築き、太い絆となり地域の活性化に繋がると考えています。

その手段として、「大通り賑わいまつり」事業開催は、下記①の「まちづくり委員会」により今後の地域経済活性化の方向性を検討します。また、検討した地域経済活性化の方向性を踏まえ、地域に根差した活力あるまちづくりを展開します。

お買い物お助け隊については、高齢者など利用者から、開催場所を増やして欲しい、頻繁に開催して欲しい

いとの要望が出ており、現在は、開催回数が3回（開催場所は5カ所）です。

一方で、町内にも民間企業や大手コンビニエンスストアが実施している買い物配達サービスを利用している方が多くおり、自分では運転できず買い物に困っている方も、家族などの支援により近隣の旭川市の大型量販店まで買い物に行っている現状があるため、開催回数、開催場所等については利用者の声を収集し、その声にこたえる形の実施について、参加者側の意向も踏まえ慎重な検討が必要であるとの認識を持っています。

商工会商業部会では、商店街（店主）と地域住民の関係が希薄になっていることを解決するため、空き地や駐車場を活用し、商工業者はもとより農業者を迎えて、大通り賑わいまつりとして語らいのある温かいイベントを開催しています。この事業を通して、小規模イベントの利点を生かし、地域住民と店主の対話がより深く形成され、親しみある商店としての魅力を取戻して売上向上が期待されています。

(2) 事業内容

①商店等の振興発展を支援（年3回）

空き地、空き店舗活用方法計画策定については、和寒町（産業振興課）、観光協会（正副会長）、商工業者（正副会長、総務企画委員長、商業部会長、工業部会長、青年部長、女性部長）、学識経験者（前株北日本床土代表取締役の裃田道悟氏、前和寒町ボランティア協議会会長の瓜るみ子氏）で組織された「街づくり委員会」で上記に記載したとおり、今後の地域活性化の方向性を踏まえた地域に根差した活力あるまちづくりを検討する場を活用します。そして、空き地・空き店舗対策として地域の顔である生活者の一番身近な商店街等の地盤沈下を防止し振興発展を図るため協議を行います。

また、商工会がメインとなり商工会役員、観光協会役員、商業振興協同組合役員で実行委員会を組織し、商店街大通り賑わいまつりの開催を通して販売促進活動の支援を行います。

②地元企業のビジネスマッチング等を支援（各年1回）

商工会商業部会・工業部会の役員会において実施要領等決定し、部会事業活動で製造業をはじめ建設・サービス・卸小売など地域の企業が新たなビジネスや取引先など事業機会を広げるための支援を行います。

③売上向上支援事業・・・ご用聞き隊事業（年3回）

商工会商業部会活動の「もっと気楽にお買物 ご用聞き隊」事業は、商店街から離れた地区で開催することにより住みよい地域づくりに貢献しています。また、空き地、空き店舗を活用して、「交流の場」、「憩いの場」、「買い物の場」を提供することで、商店街の活性化の促進を図り、売上向上の機会が得られています。

Ⅲ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

9. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

(1) 現状と課題

これまでも、地域経済の活性化や経営改善事業等について、他の支援機関と情報交換を行ってきたが、その内容は総花的・表面的な情報交換にとどまっていたことから、小規模事業者の経営発達に焦点を絞り、積極的に意見交換がなされるよう情報交換の場を活用・運営し、円滑に支援事業が遂行できるようおこなっていきます。

※これまでは、情報の交換のみであった。今後は、情報交換により抽出される課題について掘り下げ、関係機関及び職員が課題解決に向けて情報を共有します。

(2) 事業内容

①日本政策金融公庫旭川支店との情報交換(年2回)

日本政策金融公庫旭川支店の「小規模事業者経営改善貸付推進協議会」において、他地域の支援事例をもとに事業承継や創業等の支援手法について年2回の情報交換をして、事業計画策定支援ノウハウの向上に努めます。

②町行政との情報交換(年1回)

まちづくりの指針となる総合計画の施策について意見交換がおこなわれる「総合計画審議会」において、産業振興計画に係る振興事業の議論をとおして小規模事業者の地元産品の地元消費支援、金融対策の支援などについて情報交換を進めます。また、町との連携の中で必要な施策・事業の経済的支援について年1回の情報交換をして地域資源の活用や農商工連携や6次産業化について具体的に協議検討することで、特産品開発や販路開拓の支援ノウハウの向上に努めます。

※総合計画審議会の構成員

一般公募8名、JA北ひびき農業協同組合長、商工会長、観光協会長、農民連盟会長、地湧の里代表、教育委員長、体育協会長、文化団体連絡協議会長、社会福祉協議会長、こども会育成連絡協議会長、JA北ひびき和寒青年部長、商工会青年部長、商工会女性部長、識見4名 合計 25名

③町内4団体交流会(年1回)

商工会・町議会・農業委員会・JAの4団体が集う「町内4団体交流会」において、地域資源の地産地消・地域循環等、地域の連携をとおして構築できる事業について年1回の情報交換を進め、農商工連携による特産品開発などの支援ノウハウの向上に努めます。

⑤広域連携協議会での情報交換(年4回)

朝日・剣淵・幌加内町・和寒町広域連携協議会（以下、広域連携協議会）にて、各商工会の経営指導員が集まり開催している「テラスミーティング」を年4回以上開催し、小規模事業者の経営支援に関する情報交換を行い、北海道商工会連合会（道北支所）や全道商工会職員協議会が実施する経営指導員研修会等において、全道各地の商工会が実施している経営発達支援計画及び、実施事業に関する情報の共有を図ることによって、ノウハウの蓄積や小規模事業者に対する経営改善普及事業の円滑な推進と事業計画策定に向けた支援力の向上に努めます。

10. 経営指導員等の資質向上等に関すること

(1) 現状と課題

職員数が少ない小規模な組織にあつては、業務が固定しがちとなり、職員個々の向上心が希薄となり、経営発達支援事業を限られた職員数の中で直実・迅速に行っていくためには、組織が計画性をもって職員の研修体制を確立し、本人の自覚とやる気を引き出す環境を整備し、職員個々のスキルアップを図ります。

経営発達支援計画の実効性を高めるためには、小規模事業者の生の声を吸い上げ、把握していくことが不可欠であるが、職員が個々の事業者の内実を含めた現状の把握力が不足していることから「巡回指導の強化」により会話を進め、必要とされる判断力や指導力を培っていきます。

(2) 事業内容

①外部講習会等の積極的活用

①【講習会名】「明日からできる人の集まる店づくり」

【講習内容】(1) 自店の魅力度のセルフチェック(自己診断)、(2) 人の集まる店づくりの基本、(3) 繁盛店のポイント、(4) 売れる手描きPOPの作成実習

【主催者】札幌商工会議所

【受講目的】事業計画策定時に魅力ある企業経営が描けるよう支援するための自己スキルアップ。

【受講予定者】経営指導員他

②【講習会名】【6次産業化】売れる新商品戦略メソッド ～本質的価値を見出すブランディングと話題化の仕組み～

【講習内容】・北海道ならではの素材や商品を有している、・他社にはない技術や人材がある、エリア優位性がある・・・にもかかわらず、どのように事業に活かしたら良いのか悩んでいる方へ。最新の事例をもとに、成功に導くための「新商品戦略メソッド」をお伝えします。

・消費者ではない「生活者」から発想するマーケットインの商品開発

・商品は「本質的価値」で選ばれる時代

【主催者】札幌市産業振興センター

【受講目的】事業計画策定後において、展示商談会等で得た情報を基に商品の改良、新商品開発などの時にフォローアップ支援が出来るように自己のスキルアップを図るため。

【受講予定者】経営指導員他

①【講習会名】『ハラールの基礎とビジネスの関連性』とハラール対応で食のバリアフリー

【講習内容】イスラーム、ムスリムとハラールについて基礎的な内容の説明から、ムスリムの方々も「食」することができる食品や外食産業（グルメ杵屋）の対応について事例をまじえた解説とともに、情報開示や食品表示の方法、また、衛生管理の重要性も含め、ムスリムの人々にどのように安心と安全を提供できるかについて探る。ハラール認証取得によるメリットやデメリット、ビジネスとして費用対効果を生むために何をすべきか事例をまじえ解説し、ハラール対応から広がる食の多様性やバリアフリーについて探る。

【主催者】札幌市産業振興センター

【受講目的】町内食品製造関連企業の新規販路開拓時におけるフォローアップ支援が出来るように自己スキルアップを図るため。

【受講予定者】経営指導員他

②【講習会名】知的財産権制度説明会（実務者向け）及び特許法等改正説明会

【講習内容】・特許・意匠・商標の審査基準及び審査の運用、・知財動向と特許庁施策、・地域団体商標制度、・審判制度の概要と運用、・国際出願制度の実務（PCT／ハーグ／マドプロ）、・出願手続の留意点、・産業財産権登録の実務、・不正競争防止法／営業秘密の管理、・知的財産・標準化とビジネス戦略 等

【主催者】特許庁／各経済産業局知的財産室／内閣府沖縄総合事務局知的財産室

【受講目的】事業計画策定後のフォローアップ支援において、新規開発した商品の商標を守るためにスムーズな登録支援が出来るように自己スキルアップを図ります。

【受講予定者】経営指導員他

②内部環境の整備

経営指導員の能力を十分発揮するためには、その業務を補完する仕組みが必要であり、特に補助員の資質向上が必須です。当該計画の策定を当初から関わり、育てる環境を整え、指導・助言内容、情報収集方法を学ぶなど、今後、OJTにより伴走型の支援能力の向上を図ります。

③職員間で定期的に情報共有

毎月月初め（月1回、年間12回）に職員が順番に座長を務めて、各自が受講した受講内容及び事業計画策定支援の進捗状況等を発表し、情報を共有すると共に個々のスキルアップを図ります。

11. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

(1)現状と課題

平成27年度から実施している事業の実施状況把握、成果の評価、事業の見直し、結果報告を、今後も計画的に下記の通り事務局及び委員会並びに理事会を通して評価・検証を行い、毎年度本計画に記載の事業の実施状況・成果の評価・事業見直し・結果報告について、以下の方法により公表を行います。

(2)事業内容

①事務局による検証（3回/年）

4か月毎に事務局で経営発達支援事業進捗会議を実施し、事業の進捗状況を確認及び事業内容を検証します。

②経営改善普及事業の評価・検証（3回/年）

「経営改善普及事業推進委員会」により年 3 回開催し、経営改善普及事業と経営発達支援計画の事業実施状況、成果の評価・事業の見直し(案)の提示を行います。

③経営発達支援計画の評価・検証（3回/年）

「街づくり委員会」により年 3 回開催し、経営発達支援計画の事業について事業の実施状況、成果の評価・事業の見直し(案)の提示を行います。街づくり委員会の委員は、和寒町（産業振興課）、法定経営指導員、観光協会（正副会長）、商工業者（商工会正副会長、総務企画委員長、商業部会長、工業部会長、青年部長、女性部長）と外部有識者として中小企業診断士 中野貴英 氏です。

④理事会での評価・見直し（6回/年）

年 6 回開催している「理事会」において、「経営改善普及事業推進委員会」及び「街づくり委員会」で提示された事業の実施状況、成果の評価・事業の見直し(案)の方針を決定して、行動に移します。

⑤事業の結果報告（1回/年）

事業の成果・評価・見直し・行動の結果については、町及び定時総会へ報告し、経営発達支援計画の承認を受けます。

⑥事業の成果報告の公表

③及び④で得た事業の成果・評価・見直し・行動の結果は、和寒町商工会会報である「商工会たより」及び和寒町商工会のホームページ（<http://wassamu.org/>）で計画期間中公表します。

(別表 2)

経営発達支援事業の実施体制

経営発達支援事業の実施体制	
(令和元年10月現在)	
(1) 実施体制	事務局長 和寒町 産業振興課 法定経営指導員 2名 (経営指導員・補助員 各1名) 記帳専任職員 1名 記帳指導員 1名
(2) 商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律第7条第5項に規定する経営指導員による情報提供及び助言に係る実施体制	①法定経営指導員の氏名、連絡先 ①氏 名：吉田 光秀 (令和2年度のみ) 連絡先：和寒町商工会 TEL：0165-32-2341 ②氏 名：中川 剛一 連絡先：和寒町商工会 TEL：0165-32-2341 ②法定経営指導員の関わり 経営発達支援事業の実施・実施に係る指導及び助言、目標達成に向けた進捗管理、事業評価・見直しをする際の必要な情報提供等を行う。
(3) 商工会、関係市町村連絡先	①商工会 〒098-0132 北海道上川郡和寒町字西町18番地 和寒町商工会 TEL：0165-32-2341 / FAX：0165-32-3104 E-mail：wamu19@rose.ocn.ne.jp ②関係市町村 〒098-0132 北海道上川郡和寒町字西町120番地 和寒町 産業振興課 TEL：0165-32-2421 / FAX：0165-32-4238 E-mail：ki-shoukou@town.wassamu.hokkaido.jp

(別表 3)

経営発達支援事業の実施に必要な資金の額及びその調達方法

(単位 千円)

	令和 2 年度	3 年度	4 年度	5 年度	6 年度
必要な資金の額	4410	4410	4410	4410	4410
①講師謝金費	1000	1000	1000	1000	1000
②講師・職員旅費	900	900	900	900	900
③展示会借料費	400	400	400	400	400
④資料購入費	30	30	30	30	30
⑤通信運搬費	20	20	20	20	20
⑥展示会等費	2000	2000	2000	2000	2000
⑦広報費	60	60	60	60	60
計	4410	4410	4410	4410	4410

(備考) 必要な資金の額については、見込み額を記載すること。

調達方法
伴走型補助金、自己負担

(備考) 調達方法については、想定される調達方法を記載すること。

(別表 4)

商工会及び商工会議所以外の者と連携して経営発達支援事業を実施する場合の連携に関する事項

連携する内容
連携者及びその役割
連携体制図等